

BAB IV

PENUTUP

A. KESIMPULAN

PT.Telekomunikasi Indonesia merupakan perusahaan BUMN yang bergerak dibidang telekomunikasi. Saat ini Telkom tengah menghadapi ketatnya persaingan di industri telekomunikasi tersebut. Maka, Peran sebagai *Public Relations* di Telkom diperlukan pada setiap Regional Telkom. Apabila dilihat dari aktivitas humas seperti yang diungkapkan bahwa *Public Relations* yang menekankan definisinya menurut kegiatan dan tujuan humas melakukan aktivitasnya(Putra,1991:1) tersebut sudah sangat terlihat, divisi komunikasi PT Telkom regional IV Jateng & DIY berpartisipasi dalam mengembangkan aktivitas eksternal yakni dalam program *broadband learning center*. Dalam Program *broadband learning center* ini *public relations* PT Telkom Regional IV Jateng & DIY melakukan langkah kerja yang terstruktur mulai dari tahap input, tahap proses, dan tahap output. Dalam tiga tahap tersebut yakni Tahap IPO (Input,Proses,Output) *public relations* melakukan langkah-langkah kerja seperti *fact finding, planning and programming, taking action and communicating, and evaluation*.

Program *Broadband Learning Center* ini diwujudkan untuk menunjang pencapaian *goodimage* perusahaan. Maka dalam perkembangannya, usaha perwujudan program yang merupakan implementasi dari *corporate social responsibility* ini selalu mendapatkan pengawalan dari divisi komunikasi PT Telkom Regional IV Jateng & DIY. Bentuk pengawalan yang diberikan adalah dengan terus melakukan evaluasi dan monitoring pada setiap pelaksanaan kegiatan program *broadband learning center* ini.

Evaluasi yang dilakukan oleh *Public relations* PT Telkom Regional IV Jateng & DIY melalui metode pengukuran sebagai berikut:

1. Pada tahap *preparations evaluations*, dilakukan penilaian pada level kualitas pesan dan presentasi kegiatan yakni terlihat pada aspek rancangan materi program *broadband learning center* dan pada level kecukupan dasar latar belakang informasi untuk merancang program. Kecukupan informasi itu peneliti dapat melihat pada aspek review setelah peluncuran program di lingkup internal Telkom regional IV Jateng & DIY. Bahwa program *broadband learning center* merupakan program yang dibuat dengan atas dasar *corporate social responsibility* dan program ini merupakan lanjutan dari program *internet goes to school*.

2. Pada tahap *implementation evaluations*, evaluasi yang dilakukan dengan menyusun berita acara pelaksanaan program *broadband learning center* dan *checklist* sarana dan prasarana program *broadband learning center*. Sedangkan metode publikasi program dengan metode *word of mouth* di lingkup internal PT Telkom Regional IV Jateng & DIY.
3. Pada tahap *impact evaluations*, evaluasi yang dilakukan adalah menilai dalam tiga kategori level. yakni pada jumlah khalayak yang berubah pendapat, yakni terlihat dalam diagram hasil pre-test dan post-test. Pada jumlah khalayak yang mempelajari isi pesan tersebut terlihat pada jumlah target dan sasaran program *broadband learning center* yakni untuk melihat seberapa banyak *public* yang turut andil program *broadband learning center* ini.
4. Pada sisi lain, metode evaluasi yang lebih ditekankan oleh *public relations* PT Telkom Regional IV Jateng & DIY ini adalah merujuk penilaian yang berdasarkan pada tingkat pemahaman *public* akan program terlihat pada evaluasi materi untuk menentukan tingkat pengetahuan program. Dan juga evaluasi yang didasarkan pada *measurement of improvement* yakni penilaian terhadap sikap dan pengetahuan *public*.

Sesungguhnya, dalam menjawab tantangan bisnis telekomunikasi yang semakin kompetitif, peneliti melihat Divisi

komunikasi PT Telkom Regional IV Jateng & DIY meluncurkan peluang baik melalui program *broadband learning center* yang berbasis pada *social responsibility* dan terus berupaya meningkatkan kinerja pada tingkat monitoring dan evaluasi untuk setiap program *broadband learning center* untuk kemudian dikelola dan dikawal menjadi semakin lebih baik dalam turut mendukung pemerintah dalam mencerdaskan kehidupan bangsa dan mengurangi kesenjangan tingkat pengetahuan mengenai teknologi informasi. Dan Sehingga, nantinya diharapkan dapat membantu pembentukan citra pada setiap divisi management maupun citra produk Speedy PT . Telekomunikasi Indonesia,tbk.

B. SARAN

Setelah melakukan kegiatan penelitian pada program *broadband learning center*, saran peneliti bagi divisi komunikasi PT Telkom Regional IV Jateng & DIY adalah:

1. *Public relations* PT Telkom Regional IV Jateng & DIY lebih memperhatikan standart penilaian pada program *broadband learning center* Telkom Speedy.
2. Evaluasi pada program *broadband learning center* lebih dipertajam pada aspek soial media program yang dapat berpengaruh bagi PT Telkom.

3. Evaluasi dan Monitoring pada tahap persiapan dan pelaksanaan program *broadband learning center* untuk dapat lebih dikelola secara serius.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdurachman, Oemi.1994,Dasar-dasar *Public Relations*. Bandung : PT Citra Aditya Bakti
- Anggoro, Linggar. 2002. Teori dan Profesi Kehumasan. Serta Aplikasinya di Indonesia.Jakarta: Cetakan Ketiga. Bumi Aksara.
- Baskin, O., Aronoff, C & Lattimore, D.1997. *Public relations:The Profession and The Practis*. Edisi keempat, Madison, WI: Brown&Benchmark
- Bonat, S.K.1993. Hubungan Masyarakat Modern.Jakarta: Rineka Cipta.
- Cutlip, Scott M.&Allen H.Center..Effective *Public relations*. Englewood Cliffs N.J.:Prentice Hall inc.
- Daugherty, Emma L.2000. *public relations and social responsibility* dalam Heath, Robert L. (ed), *Handbook of Public Relations*. Thousands Oaks California: Sage Publications Inc.Effendy, Onong Uchjana.1986. Dimensi-Dimensi Komunikasi. Bandung:PT.Remaja Rosdakarya
- Effendy, Onong Uchjana.2002. Teori Komunikasi. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Fajar, Marhaeni.2009.Ilmunya Komunikasi Teori dan Praktik. Yogyakarta:Graha Ilmu
- Grunig and Hunt. 1984. *Managing Public Relations*. USA : Holt, Rinchart and Winston Inc.
- Gregory, Anne.2004.Perencanaan dan Manajemen Kampanye *Public Relations*. Jakarta:Erlangga
- Jefkins, Frank.1992.Hubungan Masyarakat. Jakarta: Intermasa
- Kasali, Renald.1994. *Dasar-dasar Manajemen Perusahaan*, Jakarta: Erlangga
- Kriyantono, Rachmat. 2008. *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertasi Contoh Praktis Riset Media, Public relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana Pernada Media Group

Kotler, Philip.1993.Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian. Alih Bahasa Jaka Warsawa dan Herujati Purwoko. Jakarta: Erlangga

Morissan. 2006. Strategi Menjadi Humas Professional, Jakarta:Ramdina Prakarsa

Mulyana, Deddy.1999, *Dasar-Dasar Komunikasi*. Jakarta: PT Remaja Rosdakarya

Mulyana, Deddy.2001.Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar.Bandung:PT.Remaja Rosdakarya

Olliver, Sandra.2006.Strategi Public Relation.Jakarta:Erlangga

Putra, I G. N.1999.Manajemen Hubungan Masyarakat.Jogjakarta:Universias Atma Jaya

R.E. Simmons. *Communication Campaign Management: A System Approach*, New York : Logman

Ruslan, Rosady.1998.Manajemen Humas dan Manajemen Komunikasi.Jakarta:PT.Raja Grafindo Persada

Ruslan, Rosady.2008.Kiat dan Strategi Kampanye *Public Relations*.Jakarta:PT Raja Grafindo Persada

Taylor, Steven J. dan Bogdan, Robert,1984. *Introduction to qualitative research Methods:the Search for Meaning*. New York: Wiley&Sons. Inc

Referensi Jurnal :

R. Wayne Pace, Brent Patterson dan M. Dallas Barnett (1968) “*Techniques foe Effective Communication*”

Referensi Skripsi / penelitian :

Pambudi, Rara Ajeng. 2011, Strategi Komunikasi Sosialisasi Kebijakan Bank Indonesia Kepada Stakeholder, Yogyakarta: Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Referensi Web:

www.telkom.co.id → diakses 8 Oktober 2010

www.teorionline.com → diakses 16 Maret 2011

<http://images.anakperum.multiply.multiplycontent.com/attachment/0/SXFY-goKCn0AABxwuGM1/juki.htm?key=anakperum:journal:6&nmid=171189213> → diakses 13 Juni 2011

www.blc-semarang.blogspot.com → diakses 20 Oktober 2011

www.telkom-semarang.com → diakses 20 Oktober 2011

www.portal-telkom.net → diakses 28 Oktober 2011

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurachman, Oemi.1994, *Dasar-dasar Public Relations*. Bandung : PT Citra Aditya Bakti
- Anggoro, Linggar. 2002. *Teori dan Profesi Kehumasan. Serta Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Cetakan Ketiga. Bumi Aksara.
- Baskin, O., Aronoff, C & Lattimore, D.1997. *Public relations: The Profession and The Practis*. Edisi keempat, Madison, WI: Brown&Benchmark
- Bonat, S.K.1993. *Hubungan Masyarakat Modern*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Cutlip, Scott M.&Allen H.Center..*Effective Public relations*. Englewood Cliffs N.J.:Prentice Hall inc.
- Daugherty, Emma L.2000. *public relations and social responsibility* dalam Heath, Robert L. (ed), *Handbook of Public Relations*. Thousands Oaks California: Sage Publications Inc.
- Effendy, Onong Uchjana.1986. *Dimensi-Dimensi Komunikasi*. Bandung:PT.Remaja Rosdakarya
- Effendy, Onong Uchjana.2002. *Teori Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Fajar, Marhaeni.2009.*Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik*. Yogyakarta:Graha Ilmu
- Grunig and Hunt. 1984. *Managing Public Relations*. USA : Holt, Rinchart and Winston Inc.
- Gregory, Anne.2004.*Perencanaan dan Manajemen Kampanye Public Relations*. Jakarta:Erlangga
- Jefkins, Frank.1992.*Hubungan Masyarakat*. Jakarta: Intermasa
- Kasali, Renald.1994. *Dasar-dasar Manajemen Perusahaan*, Jakarta: Erlangga
- Kriyantono, Rachmat. 2008. *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertasi Contoh Praktis Riset Media, Public relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana Pernada Media Group

Kotler, Philip.1993.Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian. Alih Bahasa Jaka Warsawa dan Herujati Purwoko. Jakarta: Erlangga

Morissan. 2006. Strategi Menjadi Humas Professional, Jakarta:Ramdina Prakarsa

Mulyana, Deddy.1999, *Dasar-Dasar Komunikasi*. Jakarta: PT Remaja Rosdakarya

Mulyana, Deddy.2001.Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar.Bandung:PT.Remaja Rosdakarya

Olliver, Sandra.2006.Strategi Public Relation.Jakarta:Erlangga

Putra, I G. N.1999.Manajemen Hubungan Masyarakat.Jogjakarta:Universitas Atma Jaya

R.E. Simmons. *Communication Campaign Management: A System Approach*, New York : Logman

Ruslan, Rosady.1998.Manajemen Humas dan Manajemen Komunikasi.Jakarta:PT.Raja Grafindo Persada

Ruslan, Rosady.2008.Kiat dan Strategi Kampanye *Public Relations*.Jakarta:PT Raja Grafindo Persada

Taylor, Steven J. dan Bogdan, Robert,1984. *Introduction to qualitative research Methods:the Search for Meaning*. New York: Wiley&Sons. Inc

Referensi Jurnal :

R. Wayne Pace, Brent Patterson dan M. Dallas Barnett (1968) “*Techniques for Effective Communication*”

Referensi Skripsi / penelitian :

Pambudi, Rara Ajeng. 2011, Strategi Komunikasi Sosialisasi Kebijakan Bank Indonesia Kepada Stakeholder, Yogyakarta: Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Referensi Web:

www.telkom.co.id → diakses 8 Oktober 2010

www.teorionline.com → diakses 16 Maret 2011

<http://images.anakperum.multiply.multiplycontent.com/attachment/0/SXFY-goKCn0AABxwuGM1/juki.htm?key=anakperum:journal:6&nmid=171189213> → diakses 13 Juni 2011

www.blc-semarang.blogspot.com → diakses 20 Oktober 2011

www.telkom-semarang.com → diakses 20 Oktober 2011

www.portal-telkom.net →diakses 28 Oktober 2011